

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berikut merupakan kesimpulan berdasarkan hasil pembahasan dan analisis data yang digunakan oleh peneliti dengan analisis deskriptif, uji *independent sample t-test* maupun analisis regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 24

1. *Country of origin* Terhadap Keputusan pembelian

Country of origin berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik *Emina* maupun *Innisfree*. Hal ini mengartikan semakin baik *country of origin* suatu produk kosmetik maka semakin tinggi keputusan pembelian suatu produk kosmetik.

2. Loyalitas merek Terhadap Keputusan pembelian

Loyalitas merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik *Emina* maupun *Innisfree*. Hal ini mengartikan, semakin tinggi loyalitas merek konsumen pada produk kosmetik maka semakin tinggi keputusan pembelian suatu produk kosmetik

3. *Consumer ethnocentrism* Terhadap Keputusan pembelian

Consumer ethnocentrism berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik *Emina* maupun *Innisfree*. Hal ini mengartikan, semakin tinggi sikap *ethnocentrism* konsumen terhadap suatu produk kosmetik, maka semakin tinggi keputusan pembelian suatu produk kosmetik.

4. Perbedaan *Country of Origin* Untuk Konsumen yang Membeli Kosmetika *Innisfree* dan *Emina* Khususnya Pada Mahasiswa di Yogyakarta

Tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada pengaruh variabel *country of origin* terhadap keputusan pembelian antara konsumen yang membeli produk kosmetika *Innisfree* dan konsumen yang membeli produk kosmetika *Emina*

5. Perbedaan Keputusan Pembelian Untuk Konsumen yang Membeli Kosmetika *Innisfree* dan *Emina* Khususnya Pada Mahasiswa di Yogyakarta

Terdapat perbedaan pada pengaruh variabel loyalitas merek terhadap keputusan pembelian antara konsumen yang membeli produk kosmetika *Innisfree* dan konsumen yang membeli produk kosmetika *Emina*. Perbedaan terletak pada rata rata statistik produk kosmetika *Emina* dan *Innisfree*, dimana produk kosmetika *Emina* lebih tinggi daripada *Innisfree* yaitu sebesar 408,1683 sedangkan *Innisfree* 367,2680. Selisih dari rata rata statistik ini sebesar 409.003

6. Perbedaan *Consumer Ethnocentrism* Untuk Konsumen yang Membeli Kosmetika *Innisfree* dan *Emina* Khususnya Pada Mahasiswa di Yogyakarta

Terdapat perbedaan yang signifikan pada pengaruh variabel *consumer ethnocentrism* antara konsumen yang membeli produk kosmetika *Innisfree* dan konsumen yang membeli produk kosmetika *Emina*. Perbedaan terletak pada rata rata statistik produk kosmetika *Emina* dan *Innisfree*, dimana produk kosmetika *Emina* lebih tinggi daripada *Innisfree* yaitu sebesar 398.7723

sedangkan Innisfree 368.8247. Selisih dari rata rata statistik ini sebesar 299.476

7. Perbedaan Keputusan Pembelian Untuk Konsumen yang Membeli Kosmetika *Innisfree* dan *Emina* Khususnya Pada Mahasiswa di Yogyakarta

Tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada pengaruh variabel keputusan pembelian antara konsumen yang membeli produk kosmetika *Innisfree* dan konsumen yang membeli produk kosmetika *Emina*

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti dapat menyampaikan beberapa implikasi manajerial yang dapat digunakan sebagai saran untuk peningkatan kualitas *country of origin*, loyalitas merek, *consumer ethnocentrism*, dan keputusan pembelian pada konsumen kosmetik

1. Untuk perusahaan yang memproduksi produk kosmetika *Emina* dan *Innisfree*, membantu meningkatkan nilai citra suatu negara asal cukup penting guna meningkatkan keputusan pembelian konsumen produk tersebut.
2. Perusahaan diharapkan dapat mengevaluasi kembali bagaimana merek nya tersebar di pasar, karena semakin tingkat loyalitas konsumen terhadap produk kosemtika *Emina* dan *Innisfree* semakin tinngi pula tingkat keputsan pembelian konsumen

3. Perusahaan diharapkan dapat memastikan beberapa daerah/negara yang konsumennya memiliki tingkat etnosentrisemnya tinggi untuk suatu produk yang tidak berasal dari negara itu sendiri.

5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menemukan beberapa kelemahan yang membatasi penelitian dan berdasarkan dari kelemahan tersebut, peneliti memberikan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya

5.5.1 Keterbatasan Penelitian

1. Karena penyebaran secara daring menggunakan google form, peneliti tidak dapat mengawasi dan membantu responden secara langsung dalam proses pengisian kuesioner
2. Kurangnya jurnal sebagai acuan penelitian, untuk menambah referensi dalam penelitian ini
3. Kurangnya penambahan between subjek dalam metode penelitian ini

5.5.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

1. Bagi peneliti selanjutnya disarankan agar melakukan penyebaran kuesioner tidak hanya secara online, tetapi secara offline juga, agar penelitian mendapatkan data yang asli secara langsung dari responden yang diharapkan
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan menambahkan variabel selain variabel loyalitas merek, seperti *brand equity* lainnya seperti *brand awareness*, *perceived quality*, dan *brand association* yang dapat digunakan untuk memperkaya penelitian

3. Apabila calon peneliti akan menguji 2 objek dengan 2 responden yang berbeda, disarankan untuk mencari atau menambahkan jurnal yang berkaitan dengan perbandingan 2 produk dan 2 responden yang berbeda tersebut
4. Bagi calon peneliti diharapkan melakukan penelitian selanjutnya dengan menyebar responden lebih luas lagi, tidak hanya pada mahasiswa agar penelitian memiliki cakupan yang lebih luas.



DAFTAR PUSTAKA

- ALHuwaishel, N. S.-M. (2018). The Impact of Perceived Value, Quality, and Loyalty On Purchase Decision In The Accessories Departemen: Study on Saudi Females. *British Journal of Marketing Studies*, 6:4, 21-31.
- Anneta. (2017, Februari 21). *Top 5 Produk Emina Cosmetics*. Retrieved from editor.femaledaily.com: <https://editorial.femaledaily.com/blog/2017/02/21/top-5-produk-eminac cosmetics/>
- Daily, I. (2020, Februari 27). *Industri Kosmetik Nasional Tumbuh 20%*. Retrieved from Kementerian Perindustrian Web site: <https://kemenperin.go.id/artikel/18957/Industri-Kosmetik-Nasional-Tumbuh-20>
- Dyah, I. (2017, Oktober 16). *Wow, 6 Produk dari Innisfree Ini Paling Best Seller dan Dicari Para Penggila Skin Care Korea*. Retrieved from beautynesia: <https://www.beautynesia.id/berita-skincare/wow-6-produk-dari-innisfree-ini-paling-best-seller-dan-dicari-para-penggila-skin-care-korea/b-129433>
- Emina Cosmetic Official Store*. (2020, Oktober 14). Retrieved from eminacosmetic web site: <https://www.eminacosmetics.com/>
- Gunawardane, N. R. (2015). Impact of Brand Equity Towards Purchasing Desition: A Situation on Mobile Telecommunication Service of Sri Lanka. *Journal of Marketing Management*, 3, 100-117.
- Hallyu: Gelombang Korea (한류: Korea Wave)*. (2020, Februari 27). Retrieved from Kedutaan Besar Republik Korea untuk Republik Indonesia: http://overseas.mofa.go.kr/id-id/wpge/m_2741/contents.do
- Indonesia, B. (2020, Februari 27). *Produk Impor Kuasai Pasar Kosmetik*. Retrieved from Kementerian Perindustrian Web site: <https://kemenperin.go.id/artikel/11943/Produk-Impor-Kuasai-Pasar-Kosmetik>
- Ismail, F. (2018). In *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu - Ilmu Sosial* (p. 249). Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kinerja Industri Kosmetik Nasional Lampau Pertumbuhan Ekonomi*. (2020, Februari 27). Retrieved from Kementerian Perindustrian: <https://www.kemenperin.go.id/artikel/19435/Kinerja-Industri-Kosmetik-Nasional-Lampau-Pertumbuhan-Ekonomi>
- Kotler, P. &. (2012). *Principles of Marketing*. Pearson Prentice Hall.

- Le, H. T. (2017). Effects of Country of Origin and Product Features on Consumer Purchase Intention: A Studi of Imported Powder Milk. *Academy of Marketing Studies Journal*, 21, 104.
- Makanyeza, C. (2015). Consumer Awarenes, Ethnocentrism and Loyalty: An Integrative Model. *Journal od International Consumer Marketing*, 27, 167-183.
- Natural Benefits Form Jeju Island* . (2020, Oktober 14). Retrieved from Innisfree Web stie: <https://www.innisfree.com/id/id/main/index.do>
- Pratamaningsih, S. A. (2017). The Influence of Consumer Ethnocentrism and Perceived Value on Purchase Decision of Local Shoe in Student Environment. *Journal of Applied Management*, 15, 301-309.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). In *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen* (p. 85). Sleman: CV Budi Utama.
- Saydan, R. (2013). Relationship Between Country of Origin Image and Brand Equity: An Empirical Evidence in England Market. *International Journal of Business and Sosial Science*, 4, 78-88.
- Shimp, T. A. (1987). Consumer Ethnocentrism: Construction and Validation of the CETSCALE. *Journal of Marketing Research*, 24, 280-9.
- Shirin, K. &. (2011). The Effect of The Country of Origin Image, Product Knowledge and Product Involvement on Consumer Purchase Decision. *Chinese Business Review*, 10, 601-615.
- The History About Paragon*. (2020, Oktober 13). Retrieved from Paragon Innovation Web site: <https://www.paragon-innovation.com/about-paragon>

LAMPIRAN 1

KUESIONER



Kuesioner Penelitian Pengaruh Country of Origin, Brand Loyalty, Consumer Ethnocentrism pada Purchase Decision: Perbandingan Produk Kosmetik dari Indonesia dengan Korea Selatan (Emina Cosmetic dengan Innisfree)

Om Swastiastu dan Salam Sejahtera Untuk Kita Semua

Perkenalkan nama saya Kadek Vanny Rusmiari Lestari, mahasiswi Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir Skripsi saya yang berjudul “Penelitian Pengaruh Country of Origin, Brand Loyalty, Consumer Ethnocentrism pada Purchase Decision: Perbandingan Produk Kosmetik dari Indonesia dengan Korea Selatan (Emina Cosmetic dengan Innisfree)”, maka dari itu saya mohon bantuan saudara untuk mengisi kuesioner penelitian saya.

Kriteria responden yang dapat mengisi kuesioner ini sebagai berikut :

- Mahasiswi perguruan tinggi di D.I Yogyakarta yang menggunakan produk kosmetik Emina Cosmetic dan/atau Innisfree

Mohon pilihlah salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan sesuai dengan pengalaman yang pernah anda rasakan :

1 = Sangat Tidak Setuju

2= Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

Partisipan saudara dalam mengisi kuesioner ini sangat saya harapkan untuk keberhasilan penelitian ini. Atas kesediaan dan kerjasama saudara, saya mengucapkan terima kasih

Bagian I : Pertanyaan Umum

1. Apakah Anda menggunakan salah satu produk kosmetik Innisfree atau Emina Cosmetic ?
 - a. Iya, menggunakan (silahkan melanjutkan ke pertanyaan berikut)
 - b. Tidak menggunakan (berhenti sampai disini, Terimakasih)
2. Salah satu produk kosmetik yang Anda gunakan ?
 - a. Emina Cosmetic
 - b. Innisfree
3. Dari Perguruan Tinggi Yogyakarta manakah Anda berasal ? (Tulis nama Perguruan Tinggi yang lengkap)
4. Kota asal yang Anda tinggali saat ini ?
5. Pengeluaran per bulan
 - a. < Rp 1.000.000
 - b. Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000
 - c. Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000
 - d. > Rp 3.000.000
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan produk kosmetik Innisfree/Emina Cosmetic ?
 - a. < 1 tahun
 - b. 1 – 2 tahun
 - c. 2 – 3 tahun
 - d. > 3 tahun
7. Menurut Anda Country of Oirigin (Negara Asal) produk kosmetik yang anda gunakan berasal dari negara mana ?

Bagian II : Variabel Penelitian

➤ Country of Origin

Negara asal sebuah perusahaan atau negara yang mendesain sebuah merek.

Definisi ini sesuai dengan pendapat Han dan Terpstra (1988)

No	Pertanyaan	Kriteria Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
1	Ketika saya membeli produk kosmetika, maka saya selalu mencari informasi tentang negara asal produk kosmetika tersebut					
2	Saya mencari informasi tentang negara asal produk untuk memilih produk kosmetik terbaik dikelasnya					
3	Saya mencari informasi negara asal produk kosmetik untuk menentukan kualitas produk kosmetik					
4	Ketika saya membeli produk kosmetik yang mahal, saya selalu mencari tahu di negara mana produk tersebut diproduksi					
5	Jika saya kurang paham dengan produk kosmetika maka saya akan mencari informasi negara asal produk untuk membantu saya dalam membuat keputusan					

➤ Brand Loyalty

Loyalitas merek menunjukkan pola pembelian yang konsisten terhadap merek tertentu sepanjang waktu dan juga sikap menyenangkan terhadap sebuah merek.. Aarker dalam Nagar (2009)

No	Pertanyaan	Kriteria Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya pertimbangkan diri saya setia pada produk kosmetik merek (Innisfree/Emina)					
2	Saya bersedia membayar lebih untuk produk kosmetik merek (Innisfree/Emina) daripada membeli merek lain yang di pasar					
3	Jika produk kosmetik merek (Innisfree/Emina) tidak ada di toko, maka saya akan membelinya di toko yang lain					
4	Saya merekomendasikan untuk membeli produk kosmetik merek (Innisfree/Emina) kepada orang terdekat saya					

➤ Consumer Ethnocentrism

Etnosentrisme adalah suatu hal yang mengacu pada kepercayaan kelompok masyarakat bahwa kebudayaannya selalu lebih baik atau superior dari pada kebudayaan yang lain. Taylor, Peplau dan Sears (2000)

No	Pertanyaan	Kriteria Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
1	Orang Indonesia seharusnya selalu membeli produk dalam negeri daripada membeli produk impor					
2	Hanya produk-produk yang tidak tersedia di Indonesia yang harus diimpor					
3	Membeli produk Indonesia akan membuat industry dalam negeri tetap bekerja					
4	Produk Indonesia adalah produk pertama, terakhir, dan yang terpenting					
5	Membeli produk buatan luar negeri yang berarti bukan buatan Indonesia					
6	Membeli produk dari luar negeri, dapat membuat orang Indonesia kehilangan pekerjaan nya					
7	Orang Indonesia sejati selalu membeli produk buatan Indonesia					
8	Kita harus membeli produk yang diproduksi di Indonesia daripada membiarkan negara lain menjadi kaya dari kita					
9	Membeli produk Indonesia adalah yang terbaik					
10	Seharusnya hanya ada sedikit perdagangan atau pembelian					

	barang dari negara lain kecuali karena kebutuhan					
11	Orang Indonesia seharusnya tidak membeli produk asing, karena dapat merugikan bisnis industry di Indonesia dan menyebabkan pengangguran					
12	Semua jenis produk impor harus diberi batasan					
13	Mungkin akan merugikan saya dalam jangka panjang, tetapi saya lebih suka mendukung produk-produk Indonesia					
14	Orang asing seharusnya tidak diizinkan untuk menempatkan produk mereka di pasar kita					
15	Produk-produk asing harus ditekan jumlahnya untuk mengurangi masuknya mereka ke Indonesia					
16	Kita hanya harus membeli produk - produk luar negeri yang tidak kita peroleh di dalam negeri					
17	Konsumen Indonesia yang membeli produk-produk buatan negara lain bertanggung jawab untuk membuat rekan-rekan mereka dari Indonesia kehilangan pekerjaan					

➤ Purchase Decision

Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar - benar membeli. Kotler dan Armstrong (2001)

No	Pertanyaan	Kriteria Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
1	Dalam memilih dari banyak jenis dan merek produk kosmetik yang tersedia di pasaran, saya dapat mengatakan bahwa saya akan sangat peduli dengan produk mana yang saya beli					
2	Saya berpikir bahwa beragam jenis dan merek produk kosmetik yang tersedia di pasar memiliki kemiripan dengan produk kosmetik Innisfree atau Emina Cosmetic					
3	Penting bagi saya dalam membuat keputusan yang tepat untuk produk kosmetik (Innisfree/Emina)					
4	Pembelian produk kosmetik (Innisfree/Emina) penting dalam hidup saya					



LAMPIRAN 2
KUESIONER GOOGLE FORM

Penelitian Pengaruh Country of Origin, Brand Loyalty, Consumer Ethnocentrism pada Purchase Decision: Perbandingan Produk Kosmetik dari Indonesia dengan Korea Selatan (Emina Cosmetic dengan Innisfree)

Om Swastiastu dan Salam Sejahtera Untuk Kita Semua

Perkenalkan nama saya Kadek Vanny Rusmiari Lestari, mahasiswi Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir SKripsi yang berjudul Pengaruh Country of Origin, Brand Loyalty, Consumer Ethnocentrism pada Purchase Decision: Perbandingan Produk Kosmetik dari Indonesia dengan Korea Selatan (Emina Cosmetic dengan Innisfree) maka dari itu saya mohon bantuan saudara untuk mengisi kuesioner penelitian saya.

Kriteria responden yang dapat mengisi kuesioner ini sebagai berikut :

- Mahasiswi perguruan tinggi di D.I Yogyakarta yang menggunakan produk kosmetik Emina Cosmetic dan/atau Innisfree

Mohon pilihlah salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan sesuai dengan pengalaman yang pernah anda rasakan :

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2= Tidak Setuju
- 3 = Netral
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

Partisipan saudara dalam mengisi kuesioner ini sangat saya harapkan untuk keberhasilan penelitian ini. Atas kesediaan dan kerjasama saudara, saya mengucapkan terima kasih

Berikutnya

Penelitian Pengaruh Country of Origin,
Brand Loyalty, Consumer Ethnocentrism
pada Purchase Decision: Perbandingan
Produk Kosmetik dari Indonesia dengan
Korea Selatan (Emina Cosmetic dengan
Innisfree)

* Wajib

Bagian Tanpa Judul

Apakah Anda menggunakan salah satu produk kosmetik Innisfree atau Emina Cosmetic ? *

- ☐ Iya (silahkan melanjutkan ke pertanyaan berikut)
- ☐ Tidak (berhenti sampai disini, Terimakasih)

Salah satu produk kosmetik yang Anda gunakan *

- ☐ Emina Cosmetic
- ☐ Innisfree

Dari Perguruan Tinggi Yogyakarta manakah Anda berasal ? *

Tulis nama Perguruan Tinggi yang lengkap

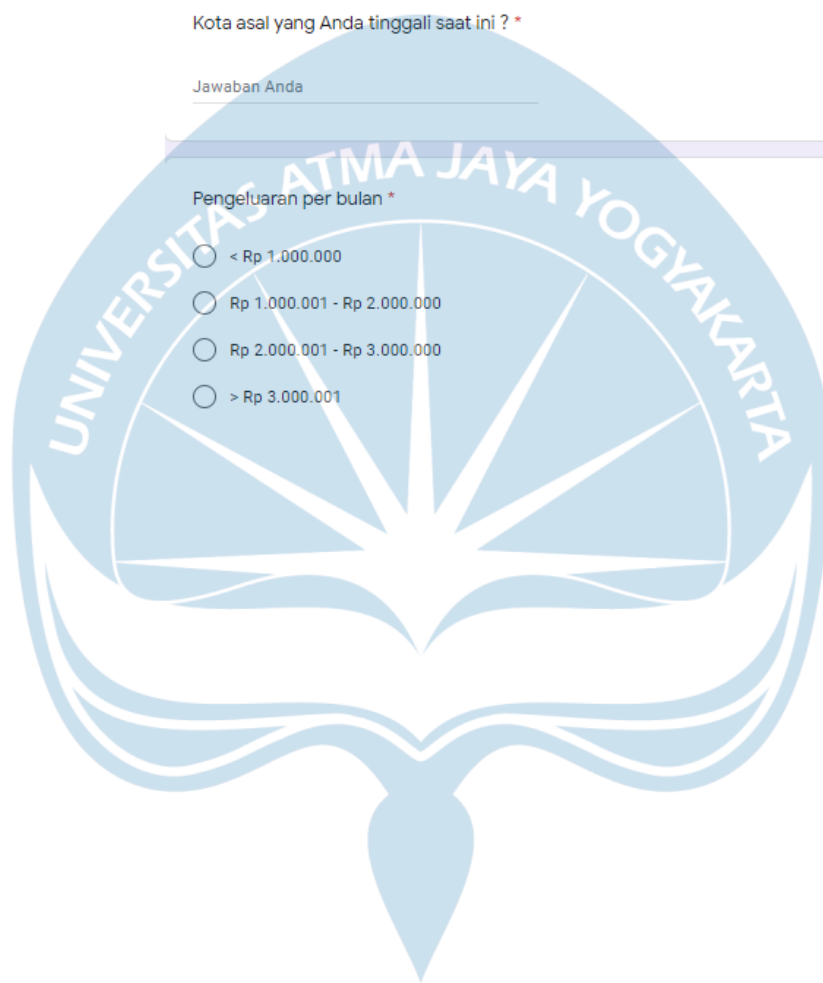
Jawaban Anda

Kota asal yang Anda tinggal saat ini ? *

Jawaban Anda

Pengeluaran per bulan *

- ☐ < Rp 1.000.000
- ☐ Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
- ☐ Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000
- ☐ > Rp 3.000.001



Pengeluaran per bulan *

☐ < Rp 1.000.000

☐ Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000

☐ Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000

☐ > Rp 3.000.001

Sudah berapa lama Anda menggunakan produk kosmetik Innisfree/Emina Cosmetic ? *

☐ < 1 tahun

☐ 1 - 2 tahun

☐ 2 - 3 tahun

☐ > 3 tahun

Menurut Anda Country of Origin (Negara Asal) produk kosmetik yang anda gunakan berasal dari negara mana ? *

Jawaban Anda

[Kembali](#) [Berikutnya](#)

Country of Origin

Negara asal sebuah perusahaan atau negara yang mendesain sebuah merek. Definisi ini sesuai dengan pendapat Han dan Terpstra (1988)

Ketika saya membeli produk kosmetika, maka saya selalu mencari informasi tentang negara asal produk kosmetika tersebut *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya mencari informasi tentang negara asal produk untuk memilih produk kosmetik terbaik dikelasnya *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya mencari informasi negara asal produk kosmetik untuk menentukan kualitas produk kosmetik *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya mencari informasi negara asal produk kosmetik untuk menentukan kualitas produk kosmetik *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Ketika saya membeli produk kosmetik yang mahal, saya selalu mencari tahu di negara mana produk tersebut diproduksi *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Jika saya kurang paham dengan produk kosmetika maka saya akan mencari informasi negara asal produk untuk membantu saya dalam membuat keputusan *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Kembali

Berikutnya

Brand Loyalty

Loyalitas merek menunjukan pola pembelian yang konsisten terhadap merek tertentu sepanjang waktu dan juga sikap menyenangkan terhadap sebuah merek.. Aarker dalam Nagar (2009)

Saya pertimbangkan diri saya setia pada produk kosmetik merek (Innisfree/Emina) *

12345

Sangat Tidak SetujuSangat Setuju

Saya bersedia membayar lebih untuk produk kosmetik merek (Innisfree/Emina) daripada membeli merek lain yang di pasar *

12345

Sangat Tidak SetujuSangat Setuju

Jika produk kosmetik merek (Innisfree/Emina) tidak ada di toko, maka saya akan membelinya di toko yang lain *

12345

Sangat Tidak SetujuSangat Setuju

Saya bersedia membayar lebih untuk produk kosmetik merek (Innisfree/Emina) daripada membeli merek lain yang di pasar *

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Jika produk kosmetik merek (Innisfree/Emina) tidak ada di toko, maka saya akan membelinya di toko yang lain *

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya merekomendasikan untuk membeli produk kosmetik merek (Innisfree/Emina) kepada orang terdekat saya *

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Kembali

Berikutnya

Consumer National Ethnocentrism

Etnosentrisme adalah suatu hal yang mengacu pada kepercayaan kelompok masyarakat bahwa kebudayaannya selalu lebih baik atau superior dari pada kebudayaan yang lain. Taylor, Peplau dan Sears (2000)

Orang Indonesia seharusnya selalu membeli produk dalam negeri daripada membeli produk impor *

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Hanya produk-produk yang tidak tersedia di Indonesia yang harus diimpor *

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Membeli produk Indonesia akan membuat industry dalam negeri tetap bekerja *

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Produk Indonesia adalah produk pertama, terakhir, dan yang terpenting *

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Membeli produk buatan luar negeri yang berarti bukan buatan Indonesia *

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Membeli produk dari luar negeri, dapat membuat orang Indonesia kehilangan pekerjaannya *

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Orang Indonesia sejati selalu membeli produk buatan Indonesia *

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Kita harus membeli produk yang diproduksi di Indonesia daripada membiarkan negara lain menjadi kaya dari kita *

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Membeli produk Indonesia adalah yang terbaik *

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Seharusnya hanya ada sedikit perdagangan atau pembelian barang dari negara lain kecuali karena kebutuhan *

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Orang Indonesia seharusnya tidak membeli produk asing, karena dapat merugikan bisnis industry di Indonesia dan menyebabkan pengangguran *

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Semua jenis produk impor harus diberi batasan *

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Mungkin akan merugikan saya dalam jangka panjang, tetapi saya lebih suka mendukung produk-produk Indonesia *

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Orang asing seharusnya tidak diizinkan untuk menempatkan produk mereka di pasar kita *

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Produk-produk asing harus ditekan jumlahnya untuk mengurangi masuknya mereka ke Indonesia *

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Produk-produk asing harus ditekan jumlahnya untuk mengurangi masuknya mereka ke Indonesia *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Kita hanya harus membeli produk - produk luar negeri yang tidak kita peroleh di dalam negeri *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Konsumen Indonesia yang membeli produk-produk buatan negara lain bertanggung jawab untuk membuat rekan-rekan mereka dari Indonesia kehilangan pekerjaan *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

[Kembali](#)

[Berikutnya](#)

Purchase Decision

Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar membeli. Kotler dan Armstrong (2001)

Dalam memilih dari banyak jenis dan merek produk kosmetik yang tersedia di pasaran, saya dapat mengatakan bahwa saya akan sangat peduli dengan produk mana yang saya beli *

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya berpikir bahwa beragam jenis dan merek produk kosmetik yang tersedia di pasar memiliki kemiripan dengan produk kosmetik Innisfree atau Emina Cosmetic *

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Penting bagi saya dalam membuat keputusan yang tepat untuk produk kosmetik (Innisfree/Emina) *

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya berpikir bahwa beragam jenis dan merek produk kosmetik yang tersedia di pasar memiliki kemiripan dengan produk kosmetik Innisfree atau Emina Cosmetic *

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Penting bagi saya dalam membuat keputusan yang tepat untuk produk kosmetik (Innisfree/Emina) *

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Pembelian produk kosmetik (Innisfree/Emina) penting dalam hidup saya *

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Kembali

Kirim



LAMPIRAN 3
JAWABAN RESPONDEN

Country of Origin						Brand Loyalty					Consumer Ethnocentrism																	Purchase Decision					
COO1	COO2	COO3	COO4	COO5	COO	BL1	BL2	BL3	BL4	BL	CTH1	CTH2	CTH3	CTH4	CTH5	CTH6	CTH7	CTH8	CTH9	CTH10	CTH11	CTH12	CTH13	CTH14	CTH15	CTH16	CTH17	CTH	PD1	PD2	PD3	PD4	PD
5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00
5	4	5	5	5	4,80	5	5	5	5	5,00	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4,65	5	5	5	5	5,00
4	3	3	3	3	3,20	4	5	5	4	4,50	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	2	4	4,53	4	3	5	4	4,00
5	5	5	5	3	4,60	5	3	4	4	4,00	2	2	3	3	3	1	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	1	2,47	4	3	3	3	3,25
3	3	3	3	2	2,80	5	3	4	5	4,25	3	4	5	2	3	5	2	2	5	5	2	4	5	3	3	4	3	3,53	5	4	5	5	4,75
4	5	5	5	4	4,60	4	4	4	4	4,00	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4,53	5	4	5	4	4,50
4	3	5	5	4	4,20	4	3	5	5	4,25	5	5	5	3	3	4	3	4	4	4	3	5	3	2	5	4	2	3,76	4	3	5	4	4,00
2	2	2	3	2	2,20	4	5	4	3	4,00	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3,76	4	2	5	4	3,75
4	4	4	4	5	4,20	5	5	5	5	5,00	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4,53	4	4	4	4	4,00
5	4	5	5	5	4,80	5	5	5	4	4,75	2	2	3	3	3	3	2	2	3	4	2	4	4	2	3	3	3	2,82	5	5	5	3	4,50
4	4	4	4	3	3,80	2	2	4	3	2,75	3	4	4	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	1	2,71	3	2	3	2	2,50
4	5	4	4	4	4,20	4	4	4	5	4,25	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4,53	5	5	5	5	5,00
2	2	4	4	3	3,00	5	3	4	5	4,25	4	2	5	4	3	2	1	3	3	3	3	5	4	2	4	4	2	3,18	5	5	5	3	4,50
1	1	1	2	2	1,40	5	3	3	3	3,50	3	4	5	3	4	3	3	4	4	4	3	5	4	2	3	3	4	3,59	4	4	4	4	4,00
3	4	5	4	4	4,00	2	1	3	4	2,50	5	5	5	4	3	4	3	5	5	5	5	5	2	1	3	3	3	3,88	3	3	3	2	2,75
5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00
5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	3	5	5	4	4	2	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3,29	5	5	5	5	5,00
4	5	4	5	4	4,40	4	5	4	5	4,50	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4,47	5	5	5	5	5,00
5	3	3	4	4	3,80	5	4	5	5	4,75	3	4	5	4	5	5	5	4	3	4	4	4	4	5	5	4	5	4,29	4	5	4	4	4,25
3	1	3	3	3	2,60	3	4	4	4	3,75	3	5	4	3	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4,24	5	5	5	3	4,50
5	5	5	5	5	5,00	4	4	4	5	4,25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00
2	3	3	2	3	2,60	3	4	4	4	3,75	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2,59	3	2	3	3	2,75
2	2	2	2	2	2,00	5	4	5	5	4,75	4	4	4	4	3	5	3	5	3	5	5	4	4	3	3	3	4	3,88	5	5	5	4	4,75
4	4	5	4	5	4,40	5	5	5	5	5,00	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4,94	5	5	5	5	5,00
5	3	5	5	5	4,60	5	3	5	5	4,50	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,00	4	5	5	2	4,00
3	4	4	4	4	3,80	4	4	4	4	4,00	4	4	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	2	3	4	2	3,41	4	4	4	3	3,75
5	5	5	5	5	5,00	3	3	4	4	3,50	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3,00	4	3	3	4	3,50
5	5	5	5	5	5,00	4	4	5	3	4,00	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3,59	5	4	4	3	4,00
5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00
4	4	5	4	5	4,40	5	5	5	5	5,00	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4,94	5	5	5	5	5,00
4	4	5	5	5	4,60	5	5	5	5	5,00	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4,29	5	4	5	4	4,50
4	3	4	5	4	4,00	3	2	3	3	2,75	5	5	5	4	3	3	3	4	5	4	3	4	5	3	3	4	3	3,88	5	5	5	3	4,50
4	4	5	5	5	4,60	5	5	5	5	5,00	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4,47	5	4	5	4	4,50

5	5	5	5	5	5,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4,00	4	4	4	4	4,00	
4	4	4	4	4	4,00	5	4	4	5	4,50	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4,53	5	4	4	5	4,50	
5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	
4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	
5	5	5	5	5	5,00	4	4	4	4	4,00	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4,47	5	5	5	5	5,00	
2	1	3	4	3	2,60	2	2	3	4	2,75	4	3	4	2	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,65	5	4	3	2	3,50	
3	3	2	3	3	2,80	4	3	4	4	3,75	4	3	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	3	5	3	3,75	
4	4	4	4	4	4,00	5	5	5	5	5,00	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00		
4	5	5	5	5	4,80	4	4	3	5	4,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	
5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	
5	5	5	4	2	4,20	4	4	5	4	4,25	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3,88	5	5	5	4	4,75	
4	4	4	3	3	3,60	3	2	3	4	3,00	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3,71	3	4	4	4	3,75
5	5	5	5	5	5,00	4	4	4	4	4,00	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3,47	4	4	4	4	4,00	
4	3	4	3	4	3,60	3	2	3	4	3,00	3	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3,71	5	3	5	2	3,75
3	3	2	3	3	2,80	4	3	4	4	3,75	4	3	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4,00	4	3	5	3	3,75	
5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	
5	5	5	5	5	5,00	4	4	5	5	4,50	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4,76	5	4	5	5	4,75
4	4	4	4	4	4,00	3	2	3	4	3,00	4	4	4	4	3	4	4	4	3	2	2	4	3	1	2	3	3	3,18	4	4	5	3	4,00	
5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	
5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5	3	3	3	5	3	3	3	4	3	3	4	3	3,82	5	5	5	5	5,00	
5	5	5	5	5	5,00	4	1	4	4	3,25	1	4	5	2	4	1	5	1	4	5	3	3	3	3	3	4	3	3,18	5	5	5	2	4,25	
4	4	4	4	4	4,00	3	3	3	3	3,00	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3,00	3	3	3	3	3,00	
3	3	3	3	3	3,00	4	3	4	4	3,75	4	4	4	3	4	4	4	4	3	5	4	4	3	3	4	3	3	3,71	4	4	4	3	3,75	
3	4	3	5	4	3,80	2	2	2	4	2,50	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	2	3,41	4	4	4	4	4,00	
4	4	4	5	4	4,20	4	4	4	4	4,00	2	4	5	4	4	4	2	2	2	2	2	4	4	2	2	2	2	2,88	4	4	4	4	4,00	
3	4	4	3	3	3,40	3	2	3	3	2,75	3	5	5	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	2	3	3	2	3,12	3	3	4	4	3,50	
5	5	4	5	4	4,60	4	5	5	5	4,75	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4,18	4	4	5	4	4,25	
5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	
3	5	5	5	1	3,80	3	2	3	2	2,50	1	4	5	4	3	1	3	2	1	5	3	5	3	3	2	4	2	3,00	5	3	3	3	3,50	
2	3	3	4	3	3,00	3	3	3	3	3,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	

3	3	4	3	3	3,20	4	2	5	4	3,75	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4,59	5	5	5	5	5,00		
2	2	3	2	2	2,20	3	2	2	4	2,75	3	5	5	4	3	5	4	4	3	3	3	4	3	2	4	3	3	2	4	3	3	3	3	3,59	3	3	3	3	3,00
2	2	2	1	5	2,40	4	3	3	5	3,75	4	3	3	5	3	1	3	4	4	3	3	3	2	3	3	2	4	3,12	4	3	5	4	4,00						
4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4,35	5	3	4	4	4,00					
5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	4	4	3	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4,53	5	5	5	5	5,00					
5	4	4	4	4	4,20	4	4	5	5	4,50	4	5	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	2	2	4	4	3,53	4	4	4	4	4,00					
1	2	2	3	3	2,20	3	2	4	3	3,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00	4	4	3	3	3,50					
5	4	5	5	5	4,80	5	5	5	5	5,00	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4,65	5	5	5	5	5,00					
3	3	4	3	3	3,20	3	3	3	4	3,25	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4,59	5	4	4	3	4,00					
4	5	5	5	4	4,60	4	4	4	4	4,00	5	3	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5	1	4	4	5	5	4,06	5	4	5	4	4,50						
5	5	5	5	5	5,00	4	5	4	4	4,25	4	4	3	5	3	5	5	5	5	3	3	5	3	5	3	5	4	4,00	5	5	4	5	4,75						
4	4	5	5	5	4,60	5	5	5	5	5,00	4	4	4	3	4	3	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4,12	5	4	5	4	4,50						
4	4	5	4	5	4,40	5	5	5	5	5,00	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4,94	5	5	5	5	5,00						
5	5	5	5	5	5,00	4	4	4	5	4,25	3	4	5	3	4	3	2	2	3	3	3	4	4	2	3	2	2	3,06	5	5	5	5	5,00						
5	4	4	4	3	4,00	4	3	5	5	4,25	4	3	4	5	3	4	4	3	5	5	3	5	3	5	4	5	5	4,12	4	5	5	4	4,50						
2	2	4	2	1	2,20	5	5	5	5	5,00	4	2	3	3	2	3	2	2	4	4	2	3	4	3	3	3	3	2,94	4	4	4	4	4,00						
3	1	2	5	3	2,80	5	2	4	4	3,75	5	5	5	3	5	3	3	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4,35	3	4	4	4	3,75						
4	5	4	4	4	4,20	4	3	4	5	4,00	4	3	5	3	4	3	4	3	4	4	3	5	5	2	4	4	2	3,65	4	5	4	4	4,25						
4	4	4	4	5	4,20	5	5	5	5	5,00	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	2	3	4	2	3,29	4	3	4	4	3,75						
2	4	3	3	3	3,00	4	4	4	5	4,25	2	2	5	2	4	2	2	4	3	2	2	4	3	2	2	2	2	2,65	5	5	5	3	4,50						
4	5	5	5	4	4,60	4	4	4	4	4,00	5	3	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	3	3	3	5	4,06	5	4	5	4	4,50						
4	3	4	3	4	3,60	4	2	2	3	2,75	2	2	4	3	3	3	1	3	3	3	2	4	3	2	3	3	3	2,76	4	2	3	2	2,75						
2	2	2	2	3	2,20	4	4	4	3	3,75	3	4	5	4	3	4	4	4	3	5	3	4	3	4	4	3	5	3,82	4	4	5	3	4,00						
5	3	3	5	4	4,00	5	4	4	4	4,25	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	3,94	5	5	4	4	4,50						
3	3	4	5	5	4,00	2	1	2	4	2,25	5	3	3	3	4	2	2	2	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3,29	5	3	4	3	3,75						
4	4	4	4	4	4,00	5	4	4	5	4,50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00						
2	3	3	4	3	3,00	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00						
4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4,35	5	3	4	4	4,00						
4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4,35	5	3	4	4	4,00						
5	4	4	4	4	4,20	4	4	5	5	4,50	4	5	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	2	2	4	4	3,53	4	4	4	4	4,00						
1	2	2	3	3	2,20	3	2	4	3	3,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00	4	4	3	3	3,50						
3	3	4	3	3	3,20	3	3	3	4	3,25	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4,59	5	4	4	3	4,00						
5	3	4	4	4	4,00	4	4	5	4	4,25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5	5	4,12	5	5	4	4	4,50						
4	4	4	4	2	3,60	4	2	4	4	3,50	2	4	4	2	3	2	2	3	4	3	3	4	4	2	4	4	3	3,12	4	4	4	4	4,00						
3	3	3	4	3	3,20	4	4	4	4	4,00	3	4	4	4	3	2	3	2	3	3	3	4	2	2	2	2	2	2,82	4	3	4	3	3,50						

5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	
2	2	2	2	2	2,00	4	4	5	4	4,25	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3,59	4	4	4	5	4,25
3	4	5	3	4	3,80	3	3	5	4	3,75	4	3	5	5	3	3	5	4	5	5	3	3	5	4	4	3	3	3,94	5	5	5	3	4,50	
5	5	5	5	5	5,00	4	5	5	5	4,75	4	3	5	2	3	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	3,94	5	5	5	5	5,00	
3	4	4	3	4	3,60	4	3	4	4	3,75	3	4	5	5	5	4	4	3	3	4	5	5	4	4	5	4	4	4,18	5	5	5	4	4,75	
3	3	4	2	3	3,00	4	3	3	4	3,50	3	3	4	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3,59	4	3	4	4	3,75	
4	4	2	2	2	2,80	3	2	5	3	3,25	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	4	2	2,94	4	2	4	3	3,25	
3	4	3	2	1	2,60	3	3	4	4	3,50	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	1	1	3	3	3	1	1	1	2,06	3	3	5	3	3,50
5	4	5	4	5	4,60	5	4	5	4	4,50	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4,53	5	4	5	4	4,50	
4	4	4	5	4	4,20	3	3	3	4	3,25	5	3	5	3	5	3	4	3	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4,00	5	3	5	3	4,00	
5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	
5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	
4	4	3	4	3	3,60	3	4	4	4	3,75	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3,65	4	3	4	4	3,75	
3	3	3	3	4	3,20	3	2	3	4	3,00	2	3	3	2	3	1	1	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2,24	3	3	3	3	3,00	
5	5	5	5	5	5,00	4	5	5	4	4,50	4	5	5	4	5	1	4	5	4	3	2	4	3	2	4	4	4	3,71	4	4	5	5	4,50	
3	3	3	2	2	2,60	4	3	3	4	3,50	2	2	4	3	4	4	2	3	3	3	2	4	3	2	2	2	2	2,76	4	3	4	4	3,75	
4	4	4	4	5	4,20	2	2	2	4	2,50	5	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	2	4	4	2	3,47	3	4	4	2	3,25	
3	3	3	3	4	3,20	3	2	3	3	2,75	4	3	4	3	3	2	3	4	4	4	3	3	4	3	4	2	2	3,24	3	3	3	2	2,75	
4	4	5	4	5	4,40	5	5	5	5	5,00	3	4	5	4	4	3	2	4	4	4	4	2	4	4	2	4	2	3	3,41	4	3	5	5	4,25
3	5	3	5	5	4,20	3	3	3	4	3,25	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,12	3	3	3	4	3,25	
4	3	4	4	4	3,80	4	5	5	5	4,75	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2,65	4	2	5	4	3,75	
5	5	3	4	2	3,80	4	5	2	5	4,00	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4,18	5	4	5	4	4,50	
5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	
4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	
4	5	4	5	4	4,40	4	5	4	5	4,50	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4,47	4	5	4	5	4,50	
5	4	5	4	5	4,60	3	4	4	3	3,50	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4,53	5	4	5	4	4,50	
4	4	5	5	4	4,40	4	3	3	4	3,50	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4,47	5	5	4	4	4,50	
3	3	3	3	3	3,00	4	4	3	3	3,50	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3,59	4	3	4	4	3,75	
3	3	2	3	3	2,80	3	4	3	3	3,25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2,94	3	3	4	3	3,25	
2	3	2	3	3	2,60	3	3	4	4	3,50	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3,06	4	4	3	3	3,50	
4	5	5	4	5	4,60	4	3	4	3	3,50	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4,53	5	4	5	4	4,50	
5	4	4	4	4	4,20	3	4	3	3	3,25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	
5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4,53	5	5	5	5	5,00	
5	5	5	5	5	5,00	4	4	4	4	4,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	
5	5	5	5	5	5,00	4	4	4	4	4,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	

3	5	3	5	5	4,20	3	3	3	4	3,25	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,12	3	3	3	4	3,25	
3	3	3	3	3	3,00	5	5	5	5	5,00	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,00	3	3	3	3	3,00	
2	3	3	3	3	2,80	3	2	3	2	2,50	1	4	5	4	3	1	3	2	2	5	3	5	3	3	2	4	2	3,06	4	3	4	3	3,50	
2	2	2	2	2	2,00	3	4	4	4	3,75	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	3,94	4	4	4	5	4,25	
2	2	3	2	2	2,20	3	2	2	4	2,75	3	5	5	4	3	5	4	4	4	3	3	4	3	2	4	3	3	3,59	3	3	3	3	3,00	
2	2	3	2	2	2,20	3	2	2	4	2,75	3	5	5	4	3	5	4	4	3	3	3	4	3	2	4	3	3	3,59	3	3	3	3	3,00	
2	2	2	3	3	2,40	4	3	3	5	3,75	4	3	3	5	3	1	3	4	4	3	3	3	2	3	3	2	4	3,12	4	3	5	4	4,00	
3	2	2	2	3	2,40	3	4	4	3	3,50	3	3	4	3	3	4	2	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3,35	4	4	3	3	3,50	
5	5	5	2	3	4,00	4	3	4	3	3,50	5	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	5	4	4	4	3,65	4	4	3	3	3,50	
5	4	5	5	3	4,40	3	4	4	3	3,50	4	4	5	4	4	5	3	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4,35	3	4	3	4	3,50	
4	4	4	5	2	3,80	4	4	4	4	4,00	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4,59	5	3	5	5	4,50	
5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	5	4	4	5	3	5	3	5	5	3	5	3	3	5	3	3	4	4,00	5	5	5	5	5,00	
5	5	5	5	5	5,00	3	3	3	4	3,25	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3,00	4	4	3	4	3,75	
4	4	5	5	5	4,60	3	3	3	3	3,00	4	4	4	3	4	3	4	4	5	5	4	5	3	2	4	4	4	3,88	5	4	5	4	4,50	
4	4	5	4	5	4,40	5	4	5	4	4,50	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	5	4,24	4	5	5	4	4,50
2	4	3	3	3	3,00	3	3	4	3	3,25	2	2	5	2	4	2	2	4	3	2	2	4	3	2	2	2	2	2,65	5	5	5	3	4,50	
4	4	4	3	4	3,80	3	4	4	3	3,50	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3,76	3	3	5	3	3,50	
5	4	5	5	5	4,80	5	4	5	4	4,50	3	5	5	5	4	3	3	3	3	3	3	5	4	2	3	4	3	3,59	4	5	5	4	4,50	
4	4	4	3	4	3,80	3	4	4	3	3,50	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3,71	3	3	5	3	3,50	
4	4	3	5	5	4,20	2	2	3	3	2,50	2	3	3	1	4	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	4	2	2,47	4	4	5	5	4,50
4	4	3	5	5	4,20	4	4	5	5	4,50	2	3	3	1	4	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	4	2	2,47	4	4	5	5	4,50
2	4	5	5	4	4,00	2	3	2	2	2,25	2	2	4	2	4	1	1	2	2	2	2	4	2	2	4	3	2	2,41	2	3	3	2	2,50	
2	3	3	5	2	3,00	4	2	4	3	3,25	4	3	4	2	4	2	2	4	2	4	2	4	3	2	4	2	2	2,94	5	2	4	3	3,50	
4	4	4	4	4	4,00	3	4	3	4	3,50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4,06	4	4	4	4	4,00	
3	3	4	5	5	4,00	2	2	2	3	2,25	5	5	5	3	4	2	2	2	4	4	3	4	4	1	3	4	1	3,29	5	3	4	3	3,75	
3	4	3	4	4	3,60	4	4	4	4	4,00	2	3	4	3	3	2	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	2	3,24	4	4	5	2	3,75	
3	3	3	4	3	3,20	3	3	4	4	3,50	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3,12	4	4	4	3	3,75	
2	2	3	3	2	2,40	2	4	3	4	3,25	2	3	4	3	4	3	4	3	4	3	2	4	3	1	3	3	2	3,00	2	2	2	2	2,00	
3	3	4	4	4	3,60	3	3	4	3	3,25	4	4	5	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3,41	4	3	4	4	3,75	
3	3	4	3	5	3,60	4	5	5	5	4,75	5	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,24	4	4	4	4	4,00	
4	4	4	4	4	4,00	5	5	5	5	5,00	2	2	4	2	3	2	2	3	4	4	3	3	3	2	4	4	2	2,88	5	5	5	5	5,00	
5	4	5	5	5	4,80	5	5	5	5	5,00	5	5	5	2	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4,71	5	5	5	5	5,00	
3	4	4	4	3	3,60	3	4	4	4	3,75	2	2	4	3	3	2	2	2	4	2	2	4	3	2	3	3	2	2,65	4	4	4	4	4,00	
4	4	4	4	4	4,00	5	4	4	4	4,25	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,06	4	4	4	4	4,00	
3	2	3	3	2	2,60	1	1	1	1	1,00	1	1	4	1	3	1	1	2	3	1	1	5	2	1	4	1	1	1,94	3	3	3	3	3,00	

5	5	5	5	5	5,00	4	4	4	4	4,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	
4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	
5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	
5	5	5	5	5	5,00	4	4	4	4	4,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00	4	4	4	4	4,00	
3	3	3	3	3	3,00	3	3	4	4	3,50	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3,59	4	4	4	3	3,75	
3	2	3	3	3	2,80	3	3	4	3	3,25	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2,94	3	3	3	4	3,25	
2	2	3	3	3	2,60	3	4	3	4	3,50	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,06	3	3	4	4	3,50	
5	5	5	4	4	4,60	5	4	4	5	4,50	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4,53	4	5	5	4	4,50	
4	4	4	5	4	4,20	3	3	4	3	3,25	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3,65	4	4	4	4	4,00	
5	5	5	5	5	5,00	4	4	4	4	4,00	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4,53	5	5	5	5	5,00	
4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	
4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	
4	4	4	4	4	4,00	3	3	3	3	3,00	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,00	5	5	5	5	5,00	
5	5	5	5	5	5,00	3	3	3	3	3,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	
4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	
4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00	4	4	4	4	4,00	
5	5	5	5	5	5,00	3	3	3	3	3,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	
4	4	4	4	4	4,00	3	4	4	4	3,75	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	3,94	4	4	4	5	4,25
5	5	4	3	3	4,00	4	3	4	3	3,50	5	3	3	4	3	2	4	3	3	4	3	4	3	5	5	4	4	3,65	3	4	3	4	3,50	
5	4	5	5	3	4,40	3	4	4	3	3,50	3	3	4	3	3	4	2	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3,35	4	4	3	3	3,50	
5	4	5	5	3	4,40	3	2	2	3	2,50	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3,35	4	3	4	3	3,50	
5	4	5	5	3	4,40	3	2	2	3	2,50	4	4	5	4	4	5	3	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4,35	3	4	4	3	3,50	
4	4	4	4	3	3,80	4	3	2	2	2,75	2	5	3	3	3	1	2	1	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2,59	5	3	5	5	4,50	
4	4	4	4	4	4,00	3	3	5	5	4,00	3	2	3	2	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2,88	5	5	5	5	5,00	
3	3	3	3	3	3,00	5	5	5	5	5,00	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,00	5	5	5	5	5,00	
3	3	4	3	4	3,40	5	4	5	4	4,50	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	5	4,24	4	5	5	4	4,50	
3	3	3	3	4	3,20	2	2	3	3	2,50	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2,47	4	4	5	5	4,50	
4	4	5	4	5	4,40	3	4	3	4	3,50	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	5	4,24	4	5	5	4	4,50	
2	4	5	5	4	4,00	2	2	3	2	2,25	2	2	4	2	4	1	1	2	2	2	2	2	4	2	2	4	3	2	2,41	2	2	3	3	2,50
3	5	3	5	5	4,20	3	3	3	4	3,25	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,12	3	3	3	4	3,25	

